

**ХУДОЖЕСТВЕННО-ПРИКЛАДНЫЕ УСЛУГИ
В ОЦЕНКАХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
(на примере школы шитья «Фактура school»)**

Школа «Фактура school» – это федеральная сеть школ, которая работает по франшизе в 22 городах. Головной офис находится в Перми. В Екатеринбурге «Фактура school» открылась 28 июля 2017 года и меньше чем за год завоевала уважение и приобрела популярность у девушек и женщин всех возрастов, являющихся целевой аудиторией школы. Являясь сотрудником данной организации автор статьи имела возможность доступа к ряду документов, на основании которых представим некоторые факты из работы школы за последние 6 месяцев: на основе статистики посещений видно, что более 100 девушек обучаются регулярно в течение месяца; по данным отчетов по продажам, средняя выручка за месяц – 400000 рублей; расписание школы свидетельствует о том, что в течение одного месяца проводится более 30 курсов и мастер-классов. Приведенные данные свидетельствуют о востребованности данной организации среди клиентов.

«Фактурасchool» позиционирует себя как школа для современных девушек и женщин, объединяющая на одной площадке 50 учебных направлений. Следовательно, она является многопрофильной организацией. Одно из ведущих направлений школы – это шитьё, поэтому «Фактура school» называется школой шитья. На курсах «Дизайнер одежды» изучаются технология пошива (конструирование, моделирование, кройка, сметка, работа с тканью и т.д.) и дизайн любых изделий от нижнего белья до верхней одежды. Помимо шитья ведется обучение рисованию – это курсы «Fashion-иллюстрация», «Построение фигуры человека», «Скетчинг» и мастер-классы по леттерингу (современная каллиграфия), живописи, рисованию гуашью, акварелью, рисование картин на холсте акрилом в разных техниках, картины на холстах мастихином и т.д. Ещё одно из направлений школы – «Ораторское искусство», в рамках данного курса обучают актёрскому мастерству, правильной постановке голоса, речи, умению держать себя на публике. Также проводятся множество мастер-классов по вязанию, вышиванию, росписи одежды акрилом, макияжу, причёскам, флористике, созданию украшений из бисера и пайеток и т.д. В стенах школы проводятся лекции по стилю, моде и дизайну; устраиваются винные дегустации и дегустации сыров; проходят

поэтические вечера, занятия по йоге, кулинарные мастер-классы; устраиваются гаражные распродажи.

Для закрепления на рынке художественно-прикладных услуг школе необходимо обладать уникальностью, привлекательной для клиентов, и полностью удовлетворять потребности клиентов. Так как «Фактура school» существует на рынке художественно-прикладных услуг г. Екатеринбурга сравнительно недавно, но при этом уже имеет большой поток клиентов, для разработки стратегии развития организации и усиления своего положения на рынке возникла необходимость выявить, как оценивают клиенты предоставление услуг данной организации. С этой целью в мае 2018 года было проведено эмпирическое исследование на предмет удовлетворенности клиентов оказанием услуг, участие в котором приняли 60 респондентов – женщин, посещающих «Фактура school». Исследование было проведено с помощью такого метода сбора социологической информации как анкетный опрос.

Одной из задач исследования было выявить источники информации о школе. Исследование показало, что половина клиентов узнали о школе из социальных сетей – Instagram (40%) и Вконтакте (8%), что практически подтверждает гипотезу о том, что основным каналом привлечения клиентов являются социальные сети. Стоит отметить, что «Фактура school» позиционирует себя как школа для современных женщин, поэтому реклама даётся в основном через социальные сети. Однако другая половина респондентов поделили между собой такие варианты, как «узнали от друзей/знакомых» (22%), «подарили сертификат» (17%) и другие ответы («проходила мимо», «привлекла вывеска», «выиграла в конкурсе») составили 13%.

Поскольку почти четверть клиентов школы пришли по рекомендации друзей и знакомых, важно было выяснить о готовности рекомендовать услуги школы своим друзьям и знакомым. Результаты опроса показали стопроцентную готовность клиентов рекомендовать школу своим друзьям и знакомым.

Таким образом, можно сделать вывод, что главным каналом привлечения клиентов является социальная сеть Instagram, одна из самых популярных соцсетей у женщин 20-35 лет. Раскручивание аккаунта с помощью данного сервиса помогает привлекать новых клиентов. И даже те клиенты, которые говорят, что пришли в школу по совету подруги, скорее всего, узнали о школе тоже через Instagram. Как это часто бывает в наше время, девушка, которая посещает «Фактура school» и пользуется соцсетью Instagram, выкладывает в

свой аккаунт фото в платье, которое сшила сама, и подруги, увидев данный пост, интересуются, где это и как, таким образом работает современное «сарафанное радио».

Следующей задачей исследования было выявление общей оценки школы клиентами. Данный показатель даёт понять о том, как воспринимают в целом организацию клиенты.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что абсолютному большинству респондентов (98%) школа в той или иной степени нравится и они рады, что стали в неё ходить. Это говорит о том, что девушки довольны работой школы, что школа для них место, куда им нравится и хочется ходить, это подтверждает нашу гипотезу о том, что общая оценка школы на высоком уровне.

Также необходимо было выявить наиболее важные аспекты при выборе школы. Больше половины (63%) привлёк позитивный имидж, для других были важны качество услуг (13%) и территориальная близость (12%), цена была важна всего лишь для 5%, для остальных 7% важным оказалось одобрение мужа, совет подруги, наличие парковки.

Таким образом, позитивный имидж школы является важным фактором, стимулирующим приход клиентов в школу, формирует общую оценку школы, когда клиент приходит и ему всё нравится.

Позитивный имидж «Фактура school» складывается в первую очередь из-за того, что школа активно ведёт аккаунт соцсети Instagram, где постоянно публикуются видеорепортажи, повествующие о деятельности организации. Плюс ко всему регулярно в рамках рекламных акций проводятся открытые мероприятия для всех желающих. Немаловажный фактор заключается ещё и в том, что «Фактура school» принадлежит федеральной сети школ, что для клиентов является фактом гарантии и доверия.

Удовлетворенность клиентов во многом зависит от работы персонала школы. Поэтому важной задачей было выявить удовлетворенность клиентов работой персонала школы, а именно работой рецепции, в чьи обязанности входит встреча клиентов, координирование расписания, запись на занятия и консультирование об услугах школы. 72% респондентов оценили персонал рецепции как очень приятный, 27% – как приятный и только 1% затруднился ответить. Можно сделать вывод, что клиенты, оценив персонал рецепции как приятный в той или иной степени, полностью довольны работой этой службы. Оценка данного показателя очень важна, так как именно с персоналом рецепции чаще всего взаимодействует клиент по решению каких-либо

вопросов. Данный показатель соотносится с вопросом об удовлетворенности клиентов условиями предоставления услуг, а именно с таким показателем, как возможность взаимодействия с работниками школы с помощью различных способов связи (телефон, W/A, электронная почта, Direct). Результаты опроса показали, что 90% удовлетворены данным показателем и 10% – нет. Процент неудовлетворенных можно объяснить тем, что иногда персонал рецепции не справляется с большим потоком поступающих вопросов через телефон, W/A, электронную почту или Direct, тем самым некоторые клиенты не получают необходимую информацию в должном объеме. Однако при личном посещении школы данные вопросы всегда решаются, и процент неудовлетворенных работой рецепции практически отсутствует, что подтверждает нашу гипотезу.

Помимо работы рецепции оценивалась и работа преподавательского состава. Преподаватели в «Фактура school» – это профессиональные швеи, у них нет педагогического образования, но они обучают тому, что сами умеют делать первоклассно. Клиенты осведомлены об отсутствии педагогического образования у преподавателей.

Владение преподавателей необходимой информацией для преподавания респонденты оценили на отлично – 83%, на хорошо – 12% и на удовлетворительно – 5%. Умение излагать материал ясно, последовательно и доступно оценили также на отлично большинство респондентов (87%). Умение преподавателей мотивировать и поддерживать интерес во время занятий оценили опять же большинство на отлично – это 75%, на хорошо – 18%, на удовлетворительно – 7%. Оценка отношения преподавателей к учащимися (доброжелательность, вежливость, внимательность) у 88% респондентов – это отлично. Преобладающая оценка отлично по всем компетенциям свидетельствует о том, что клиенты высоко оценивают работу педагогов. В целом, результаты опроса подтвердили гипотезу о том, что клиенты удовлетворены работой педагогического состава.

После выявления удовлетворенности работой персонала был задан вопрос об оценке уровня знаний, умений, навыков, приобретенных в процессе обучения в «Фактура school». По результатам опроса, можно сделать вывод, что почти все (93%) оценивают уровень знаний, умений, навыков, приобретенных в процессе обучения в «Фактура school» очень высоко. Таким образом, гипотеза о том, что клиенты удовлетворены полученными знаниями, подтвердилась.

Для того чтобы клиенты были удовлетворены услугами, условия их оказания должны быть максимально комфортными и продуманными. Как показал опрос, большинство респондентов (60%) в той или иной степени не

удовлетворены таким показателем, как «полнота информации на официальном сайте об условиях обучения». Это можно объяснить тем, что, поскольку «Фактура school» работает по франшизе, официальный сайт – является продуктом головной организации, доработкой сайта занимаются именно они, и поэтому выкладывать актуальную информацию филиал из Екатеринбурга не всегда успевает вовремя и в полном объеме. Однако всю необходимую информацию можно найти в официальном аккаунте «Фактура school» г. Екатеринбурга в социальной сети Instagram. Следовательно, проблемой для организации является то, что клиент не всегда знает о существовании аккаунта в соцсети Instagram, тем самым не знает, где искать актуальную информацию.

Комфортностью во время пребывания в школе (интерьер, атмосфера) респонденты удовлетворены в полной мере (95% опрошенных). Удобством графика (расписания) проведения занятий респонденты в большинстве удовлетворены в полной мере 85%, скорее удовлетворены 12% и скорее не удовлетворены всего лишь 3%. Процент неудовлетворенных расписанием можно объяснить тем, что, при всём желании создать удобный график для всех клиентов невозможно, не всегда получается учитывать желание каждого, особенно для расписания мастер-классов. Если расписание курсов подбирается под удобное время каждого клиента, то расписание мастер-классов зависит от большинства.

Одним из важных показателей в изучении удовлетворенности условиями оказания услуг является обеспеченность учебного процесса учебно-методическими и раздаточными материалами. Данным показателем удовлетворены в той или иной степени 83% респондентов, 10% затруднились ответить и 7% скорее не удовлетворены. Те, кто затруднился ответить, скорее всего ходят только на мастер-классы, где раздаточные материалы не используются. Что касается неудовлетворенных, то она, скорее всего, возникла на почве того, что раздаточный материал выдается в сокращенном виде, с представлением необходимой информации из различных учебников, возможно, некоторым клиентам этого недостаточно. Таким образом, данную проблему можно решить тем, что клиентам, которые заинтересованы в получении наиболее полной информации, предлагать высылать все книги в электронном варианте на электронную почту.

Для обучения шитью организации необходимо специальное оборудование – это швейные машинки, оверлоки, распариватели, столы для раскроя. Выявление удовлетворенности клиентов наличием и исправностью данного оборудования является также важным показателем удовлетворенности

оказания услуг в целом. Результаты опроса показали, что половина (55%) в той или иной степени удовлетворены данным показателем, однако другая половина (45%) – нет. Такие результаты вполне объяснимы: в школе имеются 6 швейных машинок, в то время как в группах чаще всего 10 обучающихся, и, конечно, бывает такое, что кто-то вынужден ждать, когда освободится швейная машинка. Для улучшения данного показателя необходимо либо закупить необходимое оборудование, либо организовать работу с оборудованием поочередно, без длительного ожидания.

При оказании длительных услуг, таких как обучение на курсах, между организацией и клиентом школы заключается договор. В этой связи важно было выяснить удовлетворенность клиентов соблюдением условий договора. Большинство респондентов (78%) удовлетворены данным показателем, оставшиеся (22%) затруднились ответить. Объяснить это можно так, что опрос проводился как среди клиентов, посещающих курсы, так и среди тех, кто ходит только на мастер-классы. Клиенты, которые посещают мастер-классы, не заключали договор, поэтому затруднились с ответом.

Исходя из результатов опроса, можно сделать вывод, что гипотеза о том, что при оказании услуг имеются недостатки и некоторые проблемы, подтвердилась. Основные проблемы – нехватка оборудования и плохо продуманный сайт.

«Фактура school» позиционирует себя как школа шитья, однако лицензии на образовательную деятельность у организации нет. По этому поводу возникла необходимость выяснить отношение клиентов к тому, что по окончании не вручается официальный документ, подтверждающий обучение.

65% респонденток совершенно не важен документ, однако каждая пятая считает, что наличие документа не помешало бы, и 15% опрошенных расстроены тем, что документ не выдаётся. Данные результаты говорят о том, что, несмотря на то, что с клиентами сразу обговаривается тот факт, что официальный документ не выдается, клиенты всё же хотели бы иметь официальное подтверждение о пройденном обучении.

В заключение опроса клиенткам школы было предложено выразить свои пожелания для улучшения деятельности организации. В основном в анкетах встречались положительные отзывы о том, что всё хорошо, но были высказаны и некоторые предложения. Они свелись к следующим:

- организовать детскую комнату;
- организовать доставку обедов;
- ввести программу лояльности (скидка за приведенную подругу);

- увеличить число швейных машинок и оверлоков;
- доработать официальный сайт.

Данные предложения, а также результаты исследования переданы руководству школы для рассмотрения и принятия решений.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что клиенты удовлетворены услугами школы шитья «Фактура school». Имеются лишь небольшие проблемы, решение которых помогло бы оптимизировать работу организации, тем самым повысив удовлетворенность клиентов качеством оказания услуг.

Иваницкая Н.А.

г. Екатеринбург

ОСОБЕННОСТИ ДИАГНОСТИКИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях обострения конкуренции на рынке гостиничных услуг актуализируются вопросы профессионализации персонала. Одним из эффективных средств их решения выступает система мотивации. Практика показывает, что заниженная мотивация персонала выступает одной из острых проблем управления в этом бизнесе. И это проявляется, как правило, в следующем:

1. Потеря интереса сотрудников к работе, безразличное отношение к трудовым обязанностям.
2. Снижение профессиональной эффективности, сбои в трудовых процессах.
3. Нарушение трудовой (исполнительской) дисциплины.
4. Нарушение норм делового общения с клиентами и с коллегами.
5. Неудовлетворенность системой мотивации: преимущественным использованием только материальных средств стимулирования персонала; преобладанием демотивационных средств стимулирования (наказания, штрафов и т.п.).

С целью проведения диагностики практики управления мотивацией персонала нами было предпринято исследование в одном из гостиничных комплексов.

Особенностью диагностико-проективного исследования является то, что оно предполагает последовательную реализацию нескольких социальных технологий: